

Ausgabe Mai 2004

**Ein Informationsservice der Clearingstelle Fundraising
im Fachbereich Grundsatz der bpb**

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

ab sofort ist der Akquisos Newsletter als lesefreundliches pdf-Dokument beziehbar und damit auch gut ausdrückbar und ggf. archivierbar. In dieser Ausgabe erwartet Sie unter anderem ein Rückblick auf den 11. Fundraising-Kongress in Magdeburg. Akquisos sprach in diesem Zusammenhang mit dem stellvertretendem Vorsitzenden des Deutschen Fundraising Verbandes, Dr. Friedhelm Haurert, über den Kongress und seine Prognosen für das Fundraising der Zukunft.

Das Frühjahr startet auch dieses Jahr wieder mit vielen Tipps und Terminen, ein Zeichen dafür, dass sich die Fundraising- und Sponsoring-Szene deutlich im Aufschwung befindet. Und schließlich noch einmal Werben in eigener Sache: am 6. Mai 2004 veranstaltet die Bundeszentrale für politische Bildung in Kooperation mit der Arbeitsgemeinschaft für wirtschaftliche Verwaltung e.V. im Rathaus Schöneberg die Konferenz "Zukunftsverantwortung – Wirtschaft und politische Bildung im Dialog".

Die nächste Ausgabe des Akquisos erscheint am 15. Juni 2004.

Viel Spaß bei der Lektüre.

Ihre Petra Grüne

Inhalt

1. Aktuelles

- Rückblick: Der 11. Deutschen Fundraising-Kongress
- Interview mit Dr. Friedhelm Haurert

2. Tipps & Termine

- Seminar der ESB: So findet man Sponsoren
- Veranstaltungsreihe: Nachhaltiges Europa
- Startkonferenz zum neuen LEONARDO-Aufruf 2005/2006
- 1. Kultursponsoring - Gipfel
- Hamburger Fundraising Tag
- Surftipp: "Europa wächst zusammen"
- Handbuch "Future of Civil Society. Making Central European Nonprofit-Organizations Work"
- Publikation: Sponsoring im Internet
- Publikation: Arbeitshilfe Fundraising
- Publikation: "Wie Profis Sponsoren gewinnen"

3. Förderungen & Ausschreibungen

- Ausschreibung: Programm eContent
- Wettbewerb: Das "Europäische Sprachensiegel 2004"
- Descartes-Preis 2004
- Bürgerpreis für Freiwilligenengagement

- Förderwettbewerb: Partnerschaft für gesellschaftliche Initiativen
- Fördermöglichkeiten für deutsch-türkische Projekte
- Aufruf zum 3. SCHOLA-21 Wettbewerb

4. Projektbörse

- "Sozial Sponsor Wuppertal"

5. Best-practice-Beispiel

- Stiftung Bürger für Bürger: Interview mit dem Geschäftsführer Bernhard Schulz

1. Aktuelles

In Magdeburg trafen sich beim größten nationalen Fundraising Kongress in Kontinentaleuropa insgesamt über 600 Personen zum fachlichen Austausch. Der 11. Deutsche Fundraising Kongress war in diesem Jahr inhaltlich vom Schwerpunkt Kultur-Fundraising geprägt und mit verschiedenen Referentinnen und Referenten aus dem Ausland wie der US-Amerikanerin Terry Axelrod international besetzt.

Akquisos sprach für diese Ausgabe mit Dr. Friedhelm Haurert, dem stellvertretendem Vorsitzenden des Deutschen Fundraising Verbandes, über den 11. Deutschen Fundraising-Kongress, der vom 21.-23. April 2004 im Maritim Hotel in Magdeburg stattfand.

Akquisos: Herrscht im Ausland eine andere Fundraising-Mentalität als in Deutschland? Wie funktioniert der Austausch?

Dr. Haurert: Insbesondere angelsächsische Länder haben andere Rahmenbedingungen und eine längere Tradition im Fundraising. Der Sozialstaat bietet und bot weniger Sicherheiten als bei uns, privates Engagement ist stärker verankert. Bildungs- und Kulturförderung ist schon lange abhängig von privaten Geldern und Freiwilligen. Reichtum und Armut sind oft sichtbarer als bei uns, aber das Geben wird andererseits gesellschaftlich auch stärker erwartet. Karen Osborne, eine weitere Referentin aus den USA sagte, in den USA sei jeder ein Fundraiser und Fundraising sei allgegenwärtig. Im zusammenwachsenden Europa ist der Austausch wichtig. Denn NGO, Agenturen und auch Spender denken und handeln zunehmend im internationalen Kontext, sie kooperieren stärker bzw. spenden grenzübergreifend. Rechtsfragen aber auch Mentalitäten gewinnen an Bedeutung. Der informelle Austausch bei großen Kongressen befördert das gegenseitige Lernen. Der europäische Fachverband "European Fundraising Association", bei dem der Deutsche Fundraising Verband natürlich Mitglied ist, wird zukünftig sicher eine größere Bedeutung erlangen. Beim diesjährigen Kongress stießen die internationalen Fundraising Dialoge – simultan übersetzte, moderierte Gespräche zwischen deutschen und internationalen Experten - auf riesiges Interesse. Dabei wurden Unterschiede, aber auch viele Gemeinsamkeiten deutlich. Manche Instrumente funktionieren bei uns anders als in anderen Ländern. Eine Transformation von Ideen europäischer Nachbarn auf deutsche gemeinnützige Organisationen ist nicht eins-zu-eins möglich, sondern muss sorgfältig für die hiesigen Rahmenbedingungen geplant werden.

Akquisos: Neu in diesem Jahr war die "Fundraising- Klinik". Was wurde den Besuchern hier geboten?

Dr. Haurert: Die Kongressteilnehmer konnten sich mit konkreten Fragen an Fundraising-Experten wenden, die in Einzelgesprächen eine individuelle Kurzberatung für die "Patienten" anboten.

Akquisos: Der Kongress bot thematisch eine große Vielfalt an Fundraising-Elementen und -Formen. Was war für Sie als Organisator das Hauptziel der Veranstaltung? Wie sichern Sie die Nachhaltigkeit der Veranstaltung?

Dr. Haunert: Gleichberechtigte Ziele sind neben der Präsentation führender Referentinnen und Referenten eine Atmosphäre, die den kollegialen Austausch fördert und mit einem hohen Spaßfaktor verbindet, also Wissensvermittlung und Networking. Nicht zu kurz kommen darf allerdings auch die Wahrnehmung durch die Medien. Die Pressekonferenz war mit 12 Journalistinnen und Journalisten sehr gut besucht. Die Schwerpunktsetzung auf Kultur-Fundraising wurde mit herausragenden Referenten, wie etwa dem Leiter der Marketing und Developmentabteilung des Jüdischen Museums in Berlin, Prof. Klaus Siebenhaar, untermauert. Seminarskripte lassen sich unter www.fundraisingkongress.de als pdf-Dateien downloaden. Der Kongress ist Schwerpunkt der kommenden Ausgabe von "Fundraising aktuell". Viele der regelmäßigen Fundraising-Treffs, die in 17 Städten stattfinden, nehmen eine Kongressauswertung vor. Die Auswertungsbögen der Teilnehmer fließen in die Planung des nächsten Kongresses ein.

Akquisos: Welche Bilanz ziehen sie aus dem 11. Fundraisingkongress und wie wird sich der Fundraisingmarkt ihrer Einschätzung nach in den kommenden Jahren entwickeln? Welche "Trends" sehen Sie in Zukunft aufkommen?

Dr. Haunert: Wir ziehen eine sehr positive Bilanz. Der Kongress wächst von Jahr zu Jahr, das Programm wird gut angenommen und die Zufriedenheit bei den Teilnehmern ist groß. Alle Einschätzungen zu den obigen Fragen sind unter Vorbehalt zu treffen. Zur Zeit steckt die deutsche Fundraising-Forschung in den Kinderschuhen. Das wird sich ändern und dann lassen sich folgende Hypothesen überprüfen: Der Fundraisingmarkt insgesamt wird sich mit zunehmender wirtschaftlicher Erholung und Steuerentlastung positiv entwickeln. Gleichwohl führt die Professionalisierung des Fundraising in manchen Sektoren zu einem sehr starken Wettbewerb. Die Fundraising Akademie Frankfurt bleibt die führende deutsche Ausbildungseinrichtung. Der Arbeitsmarkt wird sich für Fundraiser positiv entwickeln, die Nachfrage nach qualifizierten Fundraisern steigt. Die lokalen und regionalen Organisationen werden aufholen. Bürgerstiftungen, lokale Kultureinrichtungen sowie Schulen und Hochschulen werden zusätzliche Nachfrage nach Geld- und Zeitspenden in ihrer Werbung zum Ausdruck bringen, wodurch die Spender "wählerischer" werden. Der europäische Einigungsprozess wird internationale Projekte und internationale Spendenwerbung nach sich ziehen. Der Trend geht eindeutig zum Relationship-Fundraising. Beziehungsaufbau und -pflege sind die entscheidenden Kriterien erfolgreichen Fundraisings. Daher sind geeignete Datenbanken, ausgebildetes und motiviertes Personal und mehrstufige, koordinierte Spendenwerbung – Stichwort "Multi-Channel-Fundraising" - notwendig. Mit zunehmendem Markteintritt internationaler Agenturen und klassischer Werbeagenturen wird sich die Spendenwerbung weiter verändern. Die Medienberichterstattung wird ethische Fragestellungen der Spendenwerbung noch stärker auch innerhalb der Fundraising-Szene zum Thema machen.

2. Tipps & Termine

Seminar der ESB: So findet man Sponsoren

Die ESB (Europäische Sponsoring-Börse) führt dieses Seminar seit über 10 Jahren mit großem Erfolg durch. Geschätzte 4.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer erlernten in kompakter Form das 1 x 1 des Sponsorings. Das Seminar richtet sich an alle Sponsorensucher unabhängig davon, ob es sich um Sport, Event, Kultur, Soziales oder Wissenschaft handelt. Sowohl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Agenturen und anderen professionellen Institutionen als auch (ehrenamtliche) Vereinsvertreterinnen und -vertreter können sich angesprochen fühlen. Termin ist Samstag, 15.05.2004 in Nürnberg. Es referieren Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer der ESB Marketing Consult AG und Florian Kurz, Berater für Sportmarketing. Nähere Informationen erhalten Sie unter:

www.esb-online.com

Veranstaltungsreihe: Nachhaltiges Europa

Eine Veranstaltungsreihe zur nachhaltigen Entwicklung haben der Deutsche Naturschutzring (DNR), die Grüne Liga, PerGlobal und die Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland ins Leben gerufen. Gemeinsam haben sie die Initiative "Nachhaltiges Europa" gegründet. Ihr Ziel ist es, die Auseinandersetzung mit der EU-Nachhaltigkeitsstrategie zu fördern und das Thema ins öffentliche Bewusstsein zu rücken. Die Veranstaltungen werden in Kooperation mit Akteurinnen und Akteuren aus Umweltverbänden, Industrie und Universitäten sowie mit Politikerinnen und Politikern organisiert. Die Veranstaltungsreihe läuft bereits seit Februar. Der letzte Termin findet im Mai 2004 in Dresden statt. Der Titel lautet: "Klima- und Umweltschutz im Nachhaltigen Europa?". Mehr Information gibt es unter:

www.nachhaltiges-europa.de

Startkonferenz zum neuen LEONARDO-Aufruf 2005/2006

Leonardo da Vinci ist das Aktionsprogramm der Europäischen Union für die berufliche Bildung. Gefördert werden im Rahmen der Berufs- und Weiterbildung beispielsweise Auslandsaufenthalte und Pilotprojekte, die der Transnationalität und der Verbesserung von sprachlichen und kulturellen Kompetenzen dienen. Antragsberechtigt sind private, halbstaatliche oder staatliche Institutionen und Einrichtungen aus der EU und den Beitrittsstaaten. Die Nationale Agentur beim Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) veranstaltete am 27.04.2004 eine zentrale Startkonferenz zum neuen LEONARDO-Aufruf zur Antragstellung. Der interessierten Fachöffentlichkeit sowie potenziellen Antragstellern wurde die Gelegenheit gegeben, sich über die neuen Schwerpunkte des Aufrufs zu informieren. Zusätzliche Veranstaltungen werden am 22.06. in Berlin und am 27.07. in München stattfinden. Programm und Anmeldung finden Sie unter:

www.na-bibb.de/leonardo/index.php?site=Leonardo+da+Vinci

1. Kultursponsoring-Gipfel

Wie funktioniert Kultursponsoring? Dieser Frage widmet sich der 1. Kultursponsoring – Gipfel am 6. Mai 2004 im Stilwerk Berlin. Die ESB Europäische Sponsoring Börse und die Agentur kunstkommunikation haben den 1. Gipfel initiiert. Nach dem Motto "Sponsoren, Künstler, Berater und Vermittler an einem Tisch" werden unter anderem HA Schult (Künstler), Ronald Stevens (IPSOS Marktforschung) und Prof. Arnim Klein (PH Ludwigsburg) erwartet. Ziel der Veranstaltung sind die Darstellung und der Austausch der verschiedenen Perspektiven. Weitere Informationen unter:

www.esb-online.com.

Hamburger Fundraising Tag

Die Fundgiver Social Marketing GmbH ist eine Full-Service-Agentur, die sich auf die Bereiche Fundraising und Sponsoring spezialisiert hat. Neben individueller Kundenberatung bieten die in der Dritt-Mittel-Beschaffung erfahrenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch die Konzeption und Kreation von Fundraising-Strategien an sowie Seminare zum Thema (z. B. Einsteiger- und Praxisseminare etc.). So organisieren die Fundgiver auch den Hamburger Fundraising Tag, der nach einer erfolgreichen Premiere im Sommer 2003 nun am 27. August 2004 zum 2. Mal stattfindet. Nähere Informationen dazu gibt es unter folgender Adresse:

FUNDgiver Social Marketing GmbH

Neuer Kamp 30 - Eingang C

20357 Hamburg

Tel.: (0 40) 41 35 96 60

Fax: (040) 41 35 96 61

www.fundgiver.de

welcome@fundgiver.de

Surftipp: "Europa wächst zusammen"

Das Internetportal "Europa wächst zusammen" des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg übermittelt aktuelle Daten und Hintergründe zum erweiterten Europa. Auch kritische Stimmen kommen zu Wort, so dass Besucher sich ein eigenes Bild vom neuen Europa machen können. "Europa wächst zusammen" bietet als Einstieg kompakte Fakten und Daten zu den Beitrittsländern. Besonderes Interesse finden die Broschüren mit ausführlichem "Pro" und "Contra" zu den Auswirkungen der Erweiterung auf Arbeitsmarkt, Wirtschaft, Kriminalität, Umwelt und Zuwanderung, die herunter zu laden sind. Das Portal wird ergänzt durch weiterführende Links, ein Europaquiz und Statements engagierter Unternehmen.

www.europa-waechst-zusammen.de

Handbuch: "Future of Civil Society. Making Central European Nonprofit-Organizations Work"

Das englischsprachige Kompendium gibt einen Überblick über die Traditionen und Perspektiven des zivilgesellschaftlichen Engagements in Polen, Tschechien, der Slowakei und Ungarn, aber auch in Deutschland und Österreich. Das Handbuch stellt zugleich für die Nonprofit-Organisationen Mitteleuropas erstmals praxisrelevantes Wissen bereit. Es behandelt Aspekte des Managements und des Fundraising ebenso wie Fragen betriebswirtschaftlicher Wissensvermittlung. Gefördert wurde das Projekt von der Robert-Bosch-Stiftung. Zum Kompendium gehört eine CD-ROM, die Materialien, Adressen und Hinweise für Internetrecherchen enthält.

Annette Zimmer/Eckhard Priller (Hrsg.): Future of Civil Society. Making Central European Nonprofit-Organizations Work, Leske + Budrich, 2004.

Weitere Informationen:

Dr. Eckhard Priller

priller@wz-berlin.de

www.focs-net.org/closed/frame.htm

Publikation: Sponsoring im Internet

Sponsoring im Internet - hierunter sind je nach Anbieter unterschiedlichste Sonderwerbformen oder auch komplette Sponsoringpakete zu verstehen. Der Leitfaden zeigt Wege, wie Sponsoringgeber und -nehmer Sponsoring im Internet möglichst effektiv und zum Vorteil aller Beteiligten einsetzen können. Auch den Vermittlern von Sponsorings bietet dieser Leitfaden Hilfen fürs Tagesgeschäft. Unternehmen, die gern auch online als Sponsoren auftreten wollen, gibt er wichtige Hinweise, wie sie das neue Medium in ihre Sponsoringaktivitäten einbinden können. Für alle Institutionen, die eine eigene Website betreiben ist dieser Leitfaden als Grundlage gedacht, sich mit der Möglichkeit des Sponsorings zur Finanzierung ihres Angebots auseinanderzusetzen. Außerdem erhalten sie wichtige Hinweise, welche Punkte in der Konzeption und Strategieentwicklung zu beachten sind. Allen Beteiligten an Sponsorings im Internet bietet dieser Leitfaden damit Hintergrundinformationen zur Budgetierung, Preisgestaltung, Umsetzung und Erfolgskontrolle. Ebenfalls enthalten sind rechtliche Hinweise und eine ausführliche Checkliste für Sponsoringgeber und -nehmer. Der Leitfaden kann bestellt werden unter:

www.dmmv.de/publiste.htm

Publikation: Arbeitshilfe Fundraising

Die Socius Organisationsberatung richtet sich an Nonprofit Organisationen und Menschen, die im Dritten Sektor aktiv sind. Sie organisiert Seminare, die einen Fachaustausch zu den Themen Fundraising, Evaluation und Organisationsentwicklung bieten. Außerdem erstellt sie zu den genannten Themen Publikationen wie die

Arbeitshilfe Fundraising: In Stichworte gegliedert gibt die gemeinsam mit der Stiftung MITARBEIT herausgegebene und von Rudi Piwko verfasste Arbeitshilfe viele praktische Tipps und Übersichten, wie sich kleine Organisationen Mittel beschaffen können. Im Anhang befinden sich Checklisten, Adressen und Verzeichnisse. 100 Seiten DIN A 4: Euro 6,-incl. Versand. Diese Arbeitshilfe kann im Internet unter www.socius.de bestellt werden.

Publikation: "Wie Profis Sponsoren gewinnen"

Das Sachbuch von Autor Roland Bischof zeigt, wie bei der Sponsorensuche häufig unterlaufende, grundlegende Fehler vermieden werden können. Der Leitfaden bietet wichtige Hinweise und relevante Basistipps, die direkt auf das eigene Projekt anwendbar sind. So lässt sich von Anfang an ein professioneller Aufbau der Sponsorensuche gestalten, der die Erfolgsaussichten verbessern kann. ISBN-Nummer : 3934424171, Details und Bestellmöglichkeit unter: www.kulturmanagement.net/Books-id-536.html

3. Förderungen & Ausschreibungen

Ausschreibung: Programm eContent Mit dem Programm eContent fördert die EU-Kommission die Verfügbarkeit, Nutzung und Verbreitung europäischer digitaler Inhalte. Mit insgesamt 26,5 Mio. € fördert sie innovative Online-Projekte, die jeweils von Partnerinstitutionen aus mindestens drei EU-Staaten gemeinsam durchgeführt werden. Die Projekte sollen dazu beitragen, öffentliche Informationen zugänglich zu machen und Inhalte in einem vielsprachigen und multikulturellen Umfeld besser zu erschließen. Vorschläge für indirekte Aktionen, die der Unterstützung der Entwicklung und Nutzung europäischer digitaler Inhalte in globalen Netzen und der Förderung der Sprachenvielfalt in der Informationsgesellschaft dienen, können bis zum 14. Mai bei der EU Kommission eingereicht werden:

Europäische Kommission
Generaldirektion Informationsgesellschaft
Helpdesk eContent
Gebäude Jean Monnet, Büro EUFO 1181
Rue Alcide de Gasperi
L-2920 Luxemburg

Der vollständige Aufruf ist unter:
http://europa.eu.int/eur-lex/pri/de/oj/dat/2004/c_040/c_04020040214de00050006.pdf abrufbar.

Wettbewerb: Das "Europäische Sprachensiegel 2004"

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) hat in diesem Jahr die Nationale Agentur beim Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) mit der Durchführung des Wettbewerbs "Europäisches Sprachensiegel 2004" beauftragt. Die Europäische Kommission vergibt dieses Gütesiegel jährlich im Rahmen von Wettbewerben, die in 30 europäischen Staaten durchgeführt werden. Verantwortlich sind der Bund und die Kultusministerkonferenz der Länder. Der Wettbewerb steht unter dem nationalen Themenschwerpunkt "Sprachenlernen und sozialer Zusammenhalt – Chancen für Erwachsene". Ziel dieses Wettbewerbs ist es, das allgemeine Interesse am Sprachenlernen zu fördern, die Sprachenpolitik zukunftsorientiert für alle EU-Bürgerinnen und Bürger zu gestalten und die Chancen für Erwachsene in ihrem Lebensraum zu verbessern. Sprachenlernen bietet Chancen und stärkt soziale Zusammenhänge nicht nur im Berufsalltag oder im Prozess der Wiedereingliederung in das Berufsleben sondern auch in den kulturellen Lebensbereichen. Teilnahmeberechtigt sind alle Einrichtungen, Institutionen, Unternehmen, Organisationen etc. aus allen Bereichen (Bildung, Arbeit, Kultur, Freizeit), die mit

Ihrem Projekt Mittel und Wege aufzeigen, die dieses Thema in der bildungspolitischen Diskussion unterstreichen.

Es können nur solche Projekte/Initiativen ausgezeichnet werden, die sich deutlich jenseits des Planungsstadiums befinden, gleichzeitig aber nicht länger als ein Jahr abgeschlossen sind. In der Bewerbung muss daher klar belegt werden, wie das Projekt umgesetzt wurde bzw. wird.

Neben der Vergabe des Gütesiegels an ausgezeichnete Projekte werden vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) insgesamt 6.500 € in Form von Geld- und Sachpreisen ausgelobt. Details und der Bewerbungsbogen sind unter www.na-bibb.de/eu-sprachensie-gel/wettbewerb.php? abrufbar.

Einsendeschluss ist der 16.07.2004. Fragen zum Wettbewerb können an

Ilona Sperling

Tel.: 0228 / 107 1625

Ulrike Schröder

Tel.: 0228 / 107 1626 und

Elisabeth Molz

Tel.: 0228 / 107 1629

gerichtet werden.

Für Forscherinnen und Forscher: Descartes-Preis 2004

Europäische Forscher-Teams können sich wieder für den Descartes-Preis 2004 bewerben. In diesem Jahr ist der europäische Wissenschaftspreis mit insgesamt 1,25 Mio. € dotiert. Bis zum 11. Mai 2004 können Forschungsarbeiten eingereicht werden. Die Auszeichnung wird seit 2000 an herausragende Forscherteams aus allen wissenschaftlichen Bereichen vergeben. 2003 waren zwei von 900 Bewerberinnen und Bewerbern ausgewählt worden. Aufruf unter:

http://fp6.cordis.lu/fp6/call_details.cfm?CALL_ID=124#

Bürgerpreis für Freiwilligenengagement

"Für mich, für uns, für alle" ist eine Initiative von engagierten Bundestagsabgeordneten und Vertretern der Sparkassen, des Deutschen Städtetages, des Deutschen Landkreistages und des Deutschen Städte- und Gemeindebundes. Sie entstand im März 2003 aus einer Absichtserklärung zur Förderung des Bürger-Engagements in Deutschland. Für den Bürgerpreis 2004 sucht die Initiative Projekte und Personen, die mit ihrem ehrenamtlichen Einsatz eine Brücke zwischen alten und jungen Menschen schlagen. Denn in diesem Jahr soll bürgerschaftliches Engagement, das sich für den Dialog der Generationen und für ein aktives Alter einsetzt, ausgezeichnet werden. Das Feld der ehrenamtlichen Betätigungsmöglichkeiten in diesem Bereich ist weit. Dieses will der Bürgerpreis verdeutlichen. In diesem Jahr wird der Preis außer in den Kategorien Projekte und Einzel-Engagement erstmals für das Lebenswerk verliehen. Der Einsendeschluss für die Bewerbung ist der 31. Mai 2004. Bis zum Sommer werden dann an vielen Orten Deutschlands lokale Bürgerpreise vergeben. Die besten Bewerbungen nehmen an der regionalen beziehungsweise nationalen Entscheidung teil. Die nationalen Bürgerpreise werden Ende des Jahres feierlich in Berlin verliehen. Die Bewerbungsunterlagen sind in jeder Sparkasse, im Projektbüro der Initiative oder als Download unter www.buerger-engagement.de erhältlich.

Projektbüro der Initiative
Deutscher Sparkassen Verlag GmbH
Friedrichstrasse 83
10117 Berlin
Tel.: +49 (0) 28 87 89 -033
Fax: +49 (0) 28 87 89 - 019
info@buerger-engagement.de

Förderwettbewerb: Partnerschaft für gesellschaftliche Initiativen: Deutschland – Polen – Kaliningrader Gebiet

Die Robert Bosch Stiftung und die Stefan Batory Stiftung schreiben gemeinsam einen Förderwettbewerb aus, mit dem trilaterale Projekte zwischen Nichtregierungsorganisationen in Deutschland, Polen und dem Kaliningrader Gebiet unterstützt werden sollen. Ziele des Förderwettbewerbs sind:

- das Engagement lokaler Initiativen im Kaliningrader Gebiet zu unterstützen,
- sie in erfolgreiche bestehende deutsch-polnische Partnerschaften einzubinden und durch modellhafte Projekte Wege aufzuzeigen, wie engagierte Bürger im Kaliningrader Gebiet dazu beitragen können, ihr Lebensumfeld zu verbessern.

Welche Projekte können gefördert werden? Inhaltliche Schwerpunkte des Förderwettbewerbs sind Modelle zur Entwicklung der Bürgerbeteiligung, die Integration marginalisierter Gruppen, die Chancengleichheit beim Zugang zu Bildung und Ausbildung und die Entwicklung nichtstaatlicher Netzwerke. Nicht gefördert werden können Investitionen (Bau, Renovierung), Deckungslücken in laufenden Haushaltsplänen, Forschungsprojekte, Publikationen und touristische Vorhaben sowie Projekte mit parteipolitischem oder religiösem Charakter.

Wer kann sich bewerben? Nichtstaatliche Organisationen aus Polen und Deutschland und dem Kaliningrader Gebiet bewerben sich gemeinsam mit einer Projektskizze, in der die trilaterale Partnerschaft und das konkrete Projektvorhaben beschrieben werden. Die Projektskizze wird von der polnischen oder deutschen Organisation bei der Stefan Batory Stiftung in Warschau in deutscher und polnischer Sprache eingereicht. Eine deutsch-russisch-polnisch besetzte Jury wählt die vielversprechendsten Initiativen aus und lädt diese im Oktober 2004 zur Teilnahme an einem internationalen "Forum für freundschaftliche Nachbarschaft" und zur Einreichung eines ausführlichen Antrags ein. Die Laufzeit der beantragten Projekte beträgt maximal ein Jahr.

Termine und Ansprechpartner:

- bis 31. Mai 2004: Veröffentlichung der Projektideen von Initiativen ohne Partner
- bis 30. Juni 2004: Einreichung von trilateralen Projektskizzen bei der Stefan Batory Stiftung.
- Juli 2004: Vorauswahl durch die Jury
- Oktober 2004: Forum für freundschaftliche Nachbarschaft
- bis 1. November 2004: Einreichung der ausführlichen Projektanträge
- Dezember 2004: Entscheidung der Jury über die Förderung erfolgt im Dezember 2004.
- Januar – 31. Dezember 2005: Laufzeit der Projekte.

Stefan Batory

Jakub Boratynski

Tel.: (+48) 22 / 5 36 02-66

pis@batory.org.pl

www.batory.org.pl/pis

Stiftung Robert Bosch Stiftung

(nur Information, keine Bewerbung)

Ottilie Bälz

Tel.: (+49) (0)711 / 4 60 84-79

ottilie.baelz@bosch-stiftung.de

www.bosch-stiftung.de

Fördermöglichkeiten für deutsch-türkische Projekte

Bei der Robert-Bosch-Stiftung gibt es seit Sommer 2003 den neuen Schwerpunkt "deutsch-türkische Beziehungen". Die Stiftung fördert Projekte, die die Partnerschaft zwischen der Türkei und Deutschland stärken und den dauerhaft hier lebenden

türkischstämmigen Menschen die Integration erleichtern. Zum Beispiel führt das von der Robert Bosch Stiftung unterstützte Deutsch-Türkische Forum Stuttgart türkische und deutsche Bürger und Bürgerinnen und Repräsentanten des öffentlichen Lebens, Wissenschaftlern und Künstlern und zusammen. Das umfangreiche Programm richtet sich an die breite Öffentlichkeit. Durch intensive Stadtteilarbeit trägt das Forum Beratungs- und Betreuungsangebote direkt an türkische Familien heran. Die Stiftung fördert ähnliche Projekte auch in anderen Städten und Regionen, die einen hohen Bevölkerungsanteil an Menschen türkischer Herkunft haben. Angelehnt an den Schwerpunkt können Projekte gefördert werden, die der Pflege der Beziehungen zu muslimisch geprägten Zivilisationen und dem interkulturellen und interreligiösen Dialog dienen.

Nähere Auskünfte zu Fördermöglichkeiten erteilt

Dr. Bettina Berns

Tel. 0711/46084-45

bettina.berns@bosch-stiftung.de.

Weitere Informationen zu Förderungen der Robert-Bosch-Stiftung sind unter

www.bosch-stiftung.de

abrufbar.

Übrigens erscheint ab 2005 eine von der Robert Bosch Stiftung geförderte türkische Bibliothek in 20 Bänden. Die deutschsprachige Leserschaft kann hierdurch einen Einblick in bisher nicht ins Deutsche übersetzte Meilensteine der türkischen Literatur des 20. Jahrhunderts gewinnen.

Aufruf zum 3. SCHOLA-21 Wettbewerb

Die Schola 21, ein Projekt der Deutschen Jugendstiftung und der Stiftung Mercator GmbH, ruft bereits zum 3. Mal zum Schola 21 Wettbewerb auf. Der Wettbewerb wendet sich an Schülerinnen und Schüler jeden Alters und aller Schulklassen. Gesucht werden wegweisende Online-Unterrichtsprojekte, die mit lebendigen und spannenden Beispielen zeigen, dass Lernen Spaß macht, Leistung Freude bringt und die Arbeit mit dem Computer Sinn macht. Es können Projekte in den drei Kategorien "Voneinander lernen", "Forschend Lernen" und "Verantwortung Lernen" eingereicht werden. Als Gewinn warten Geldpreise für die Klassenkasse und eine zwei-tägige Fahrt zur Preisverleihung nach Berlin. Das Unterrichts-Projekt kann beliebig lang sein und muss im Wettbewerbszeitraum vom 02. Februar bis 31. Juli 2004 begonnen und abgeschlossen werden. Die Einreichfrist ist somit spätestens der 31. Juli 2004. Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden außerdem automatisch am Wettbewerb um den Sonderpreis der Kulturstiftung der Länder für das beste Kulturprojekt beteiligt. Die genauen Teilnahmebedingungen sind unter www.schola-21.de/contest_2004.html erhältlich.

4. Projektbörse

Mittelakquise durch Logo-Vermietung? In Wuppertal hat sich diese Idee zur Gewinnung von Sponsoren als sehr effizient erwiesen. Der "Sozial Sponsor Wuppertal" ist ein Zusammenschluss aus siebzehn verschiedenen gemeinnützigen Vereinen. Ziel dieser freien sozialen Träger ist es, angesichts "knapper öffentlicher Kassen", gemeinsam aktiv neue Wege der Mittelakquise zu beschreiben. Viele Menschen in Wuppertal engagieren sich, setzen sich für andere ein und helfen tatkräftig. Der Einsatz vor Ort der häufig ehrenamtlichen Helfer und Helferinnen ist groß. Organisiert in gemeinnützigen Vereinen kümmern sie sich um in Not geratene Mitbürger und Mitbürgerinnen. Das Ziel der Initiative ist es, soziales Handeln durch die Stärkung einer Partnerschaft zwischen Wirtschaft und gemeinnützigen Institutionen zu unterstützen. Es werden ständig Personen und Firmen gesucht, die den Sozial Sponsor und die dazugehörigen gemeinnützigen Vereine unterstützen. Die "Geschäftsidee" des "Sozial Sponsor Wuppertals" ist das Sichtbarmachen des sozialen Engagements der Sponsoren durch ein Symbol. Der Trägerverbund vermietet also sein Logo "Sozialsponsor in Wuppertal" an den jeweiligen Sponsor. Mit dem Emblem für soziales

Engagement wird ein neuer Kreis von Unternehmen zur Unterstützung lokaler Beratungs- und Hilfseinrichtungen gewonnen. Sozial engagierte Firmen werden am Zeichen erkannt und honoriert. Gleichzeitig gewinnen die Mitgliedsorganisationen ein neues Finanzierungsinstrument für ihre professionelle soziale Arbeit vor Ort. Wenn Sie den Sozial Sponsor unterstützen oder mehr über diese Initiative erfahren möchten, wenden Sie sich an folgende Adresse:

Sozial Sponsoring Wuppertal
Chlodwigstr. 30
42119 Wuppertal
Tel.: 0202-2 65 75 75
Fax: 0202-2 65 75 11
Ansprechpartnerin:
Ute Feldbrüge
sozialsponsoring@wtal.de
www.sozialsponsoring.wtal.de

5. Best-practice-Beispiel

Zunächst müssen wir Sie leider auf einen Fehler aufmerksam machen, der uns in der letzten Ausgabe des Akquisos 01/2004 in der Rubrik "Best Practice" unterlaufen ist. Wir haben geschrieben: "Die UPJ gab u. a. auch den Anstoß zum gemeinnützigen Verein BildungsCent e.V. der Herlitz PBS AG (Hersteller von Papier-, Büro- und Schreibwaren)." Das ist nicht richtig. Der Verein BildungsCent e.V. ist eine Initiative der Herlitz PBS AG und UPJ hat nicht den Anstoß dazu gegeben. Vielmehr haben sich der Verein BildungsCent e.V. und die Herlitz PBS AG zu Beginn dieses Jahres und damit lange nach dem Start des BildungsCent zu einer Mitwirkung im von der UPJ-Bundesinitiative initiierten Corporate Citizenship-Netzwerk "Unternehmen: Aktiv im Gemeinwesen" (UAG) entschieden.

Wir entschuldigen uns für dieses Missverständnis.

In unserer aktuellen Ausgaben möchten wir die Stiftung Bürger für Bürger vorstellen. Akquisos konnte den Geschäftsführer der Stiftung, Bernhard Schulz, für ein Interview gewinnen und mit ihm über die Arbeit der Stiftung und die allgemeine Lage der Freiwilligeninstitutionen in Deutschland sprechen. Die 1997 gegründete Stiftung Bürger für Bürger setzt sich bundesweit für die Stärkung der Bürgergesellschaft ein. Sie unterstützt Bürgerinnen und Bürger dabei, eine aktive und selbstbewusste Rolle bei der Gestaltung und Weiterentwicklung des örtlichen und überörtlichen Gemeinwesens zu spielen.

Die Stiftung trägt dazu bei, innovative Formen bürgerschaftlicher Aktion anzustoßen, Diskurse zu organisieren, Umsetzungsmöglichkeiten zu erkunden, Partnerschaften zu stiften und Informationen zur Verfügung zu stellen. Zum Beispiel durch den regelmäßigen Newsletter "Im Gespräch", das umfangreiche Internetangebot unter www.buerger-fuer-buerger.de, die Fotowanderausstellung "Lust aufs Ehrenamt" und das Bereitstellen von Referenten. Darüber hinaus werden eigene Projekte durchgeführt wie z. B. das Projekt "Förderung des bürgerschaftlichen Engagements bei Spätaussiedlern". Dabei werden Aussiedler/innen durch Veranstaltungen (Seminare, Workshops, Info-Gespräche etc.) gemeinsam mit lokalen Partnern über Möglichkeiten individuellen Engagements informiert, mobilisiert und ihnen Wege für ihren Einsatz aufgezeigt. Außerdem steht die Stiftung Unternehmen als Partner für Corporate Citizenship-Programme zur Verfügung, wie dies z. B. mit der Firma Siemens oder der General Motors Foundation realisiert wird.

Akquisos sprach mit Bernhard Schulz, dem Geschäftsführer der Stiftung Bürger für Bürger:

Akquisos: Wie muss man sich den Weg bis zu einer Stiftungsgründung konkret vorstellen? Welche finanziellen und bürokratischen Mittel sind notwendig? Welche Unterstützung können Wirtschaftsunternehmen dabei leisten?

Schulz: Da es in Deutschland bereits mehr als 12.000 selbstständige Stiftungen gibt, empfehlen wir, nicht unbedingt eine eigene Stiftung neu zu gründen, zumal dies Zeitaufwand und Kosten für Satzungserstellung, Abstimmung mit der Stiftungsaufsichtsbehörde, Beantragung der Gemeinnützigkeit und später evtl. für eine Geschäftsstelle erfordert. Mehr als 80 Prozent der vorhandenen Stiftungen haben aber nur ein Kapital von unter einer halben Million Euro - sind also dringend auf eine Stärkung ihrer Finanzausstattung angewiesen. Daher sollte die Zusammenarbeit geprüft und gesucht werden. Dabei sind wir gern behilflich, zumal unser Stiftungszweck, die Förderung des bürgerschaftlichen Engagements, eine breite Palette von Fördermöglichkeiten bietet. Denkbar sind z. B. auch unselbstständige Stiftungen, die den Namen des Stifters tragen, aber von uns als selbstständiger Stiftung mitverwaltet werden. Damit ist die Idee der Stiftung - eine nachhaltige, dauerhafte Förderung auch über den Tod hinaus - auch mit Einlagen im fünfstelligen Bereich möglich während eine selbstständige Stiftung für eine nachhaltige Verwirklichung ihrer Zwecke mindestens einer Million Euro oder aber anderer zu erwartender Einnahmen etwa aus Spenden bedarf.

Akquisos: Welche besonderen Möglichkeiten bietet eine Stiftung, um bürgerschaftliches Engagement zu fördern?

Schulz: Bürgerschaftliches Engagement ist der Schlüssel für die Zukunft unseres Landes. Denn was die Bürgerinnen und Bürger selbst besser und unbürokratischer erledigen können als die insbesondere finanziell überforderten öffentlichen Verwaltungen, das sollten sie auch tun. Unser aller Unterstützung beim Einsatz für das Gemeinwesen sollte ihnen sicher sein. Eine Stiftung bietet die Möglichkeit, nachhaltig, also auch über den Tod hinaus, Aktivitäten zu fördern, die einem zu Lebzeiten wichtig sind. Diesbezüglich bieten wir etwa durch Zustiftungen oder Stiftungsfonds verschiedene Möglichkeiten, sich "unsterblich" zu machen und sich für das Gemeinwohl einzusetzen.

Akquisos: Wie beurteilen Sie die „Landschaft“ der Freiwilligeninstitutionen in Deutschland? Gibt es einen Aufwärts-Trend?

Schulz: Die Bereitschaft zum bürgerschaftlichen Engagement ist ungebrochen, sofern die Bedingungen stimmen, also die Engagierten Unterstützung und Anerkennung finden. Wer Freiwillige professionell betreut und weiterbildet, ist in der Regel erfolgreich. Wer Freiwillige als Eindringlinge oder als lästig empfindet, braucht sich nicht zu wundern, wenn sie ausbleiben. Zur Förderung des Engagements haben sich in den letzten Jahren bundesweit mehr als 200 Freiwilligenagenturen gegründet, die Vermittlung von Engagierten, aber auch Fortbildung und Projektmanagement übernehmen. Allerdings ist die Finanzierung der meisten Agenturen unsicher, so dass immer wieder welche schließen müssen. Akquisos: Was tut die Stiftung Bürger für Bürger, um bürgerschaftliches Engagement vor allem auch für jüngere Leute populär zu machen?

Schulz: Je eher jemand für ein Engagement gewonnen wird desto länger bleibt er "erhalten". Daher ist es wichtig, bereits Kinder und Jugendliche in ihrem Umfeld etwa in der Schule und im Sportverein an ein Engagement heranzuführen. Allerdings wollen junge Menschen eher projektgebunden mitwirken, also zeitlich befristet ohne langfristige Bindung. Außerdem soll der freiwillige Einsatz Spaß machen und neue Erfahrungen bringen, die später auch im Studium oder Beruf genutzt werden können. Diesbezüglich beraten wir einerseits Organisationen, die mit Engagierten arbeiten, andererseits informieren wir auf Anfrage etwa in Schulen über die verschiedenen Möglichkeiten.

Akquisos: Rechnen Sie damit, dass sich die Wirtschaft in Zukunft mehr in gemeinnützige Projekte einbringt und Unterstützung bietet?

Schulz: Gemäß der Devise "Global denken, lokal handeln" werden Unternehmen ihre soziale Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern und Kunden zunehmend ernst nehmen und sich für ein friedliches Miteinander, eine intakte Umwelt und ein funktionierendes Gemeinwesen einsetzen, schon aus Wettbewerbsgründen. Allerdings fließt weniger Geld. Firmen realisieren eher eigene Projekte bzw. stellen ihre Mitarbeitern frei, bringen Ressourcen ein und werden strategisch geplant zum "good citizen", also zum guten Bürger – vermutlich werden allerdings im Gegenzug Sponsoring- und Spendenmittel eingeschränkt.

Kontakt zur Stiftung Bürger für Bürger:

Singerstr. 109, 10179 Berlin

Tel.: (030) 24 31 49-0

Fax: (030) 24 31 49-49

info@buenger-fuer-buenger.de

www.buenger-fuer-buenger.de

Impressum

Herausgeberin:

Bundeszentrale für politische Bildung

Fachbereich Grundsatz

Petra Grüne (V.i.S.d.P.)

Redaktion:

apex Kultur- und Bildungsmanagement

Anja Ostermann & Katja Kieselstein

E-Mails an die Redaktion: info@apex-management.de

Der Newsletter ist unter www.bpb.de/newsletter zu abonnieren.